

Tips BoekStart online

December 2019



Inleiding

Het BoekStart-programma is een belangrijke pijler in het bereiken van de jongste doelgroep en hun ouders. Bibliotheken zetten allerlei middelen en kanalen in om deze doelgroep(en) te bereiken. In dit advies wordt ingezoomd op de het online verhaal op de bibliotheeksite(s), in de meeste gevallen een specifieke BoekStartpagina op de bibliotheeksite.

We geven enkele praktische tips en adviezen, waarmee de BoekStartpagina('s) op de bibliotheeksite nog eens kritisch bekeken kunnen worden. Doel daarvan is om de online zichtbaarheid en activatie van deze doelgroep vanaf de website te optimaliseren. Dit document dient daarbij als leidraad en ondersteuning om het gesprek met de marketeer of webbeheerder aan te gaan.

We kijken naar de volgende onderdelen:

- Doel & doelgroep
- Content
- Tips vanuit zoekmachinemarketing
- Mobielvriendelijk
- Vindbaarheid
- Meten is weten

Doel & doelgroep

Als eerste is het van belang om even stil te staan bij wie je wilt aanspreken met deze pagina en wat je wilt bereiken. In het plan 'BoekStart in de spotlights' van Rijnbrink wordt gesproken over drie belangrijke momenten in de klantreis van BoekStarters (respectievelijk Het ophalen van het BoekStartkoffertje, de Fysieke plek van BoekStart en terugkeren naar BoekStart). Die zijn door te vertalen naar mogelijke doelstellingen voor je webpagina:

- **Doel:** Ouders stimuleren BoekStartkoffertje op te halen
Focus pagina: Aanzetten actie, vb grote button 'Mijn kind gratis inschrijven'
- **Doel:** Informatie bieden over BoekStart programma
Focus pagina: Informeren met activiteitenoverzichten en andere relevante informatie
- **Doel:** Stimuleren dat de ouders terug blijven komen
Focus pagina: Inspireren en aanzetten tot herhalingsbezoek

Een sterke landingspagina zet nadrukkelijk in op één doel (en doelgroep), zodat de boodschap zo helder en eenduidig mogelijk is. Ook als dit betekent dat je dan andere onderdelen minder aandacht geeft (op dezelfde pagina). Dit vergroot immers de kans dat je je doel (van die pagina) ook echt bereikt.

TIP Denk eens na over het opsplitsen van informatie in een pagina voor ouders waarvan de kinderen nog geen lid zijn (inzetten op ledenwerving) en een pagina voor ouders waarvan de kinderen wel lid zijn (inspiratie bieden om te blijven lezen/komen). Dit kan ook ingevuld worden als baby's enerzijds (werving) en peuters en kleuters anderzijds (inspiratie).

Content

Wat op de BoekStartpagina staat, hoort natuurlijk in lijn te liggen met de gekozen doelgroep en doelstelling. Verplaats je in je doelgroep om te bedenken wat zij zoeken. Zorg daarbij voor een afwisseling tussen (bewegend) beeld en teksten.

Als content ideeën voor deze pagina geven wij:

- Uitleg over het Boekstartkoffertje, wat en waarom



Voorbeeld: filmpje <https://www.youtube.com/watch?v=PXoit-QWejo>

- Agenda met relevante activiteiten, het liefst via een automatische filter
- Zet je andere kanalen in waarop je specifiek communiceert over BoekStart/deze doelgroep? Bijvoorbeeld een Facebook community rondom jonge ouders of een Pinterestbord met leuke tips voor de allerkleinsten. Noem ze niet alleen, maar zorg ook voor een goede koppeling.
- BoekStart op Instagram: <https://www.instagram.com/boekstart/>
- Voor opname van een Instagram feed kun je gebruik maken van een widget waarmee je de Instagram beelden meteen op de pagina toont. Wij gebruiken www.lightwidget.com. Dit is een gratis variant, maar voor slechts \$10 (eenmalig) krijg je een upgrade waarbij je https-protocol gebruikt. Let op: Voor Waas websites is het helaas (nog) niet mogelijk deze mooi te integreren in je website. Het kan wel via een iframe, maar dat ziet er wat minder fraai uit.
- Een feed met de leukste nieuwe titels om voor te lezen
- Het laatste BoekStart magazine
- Waas widget: Verwijst door naar de BoekStart website
- De BoekStart App, met nieuwe titels en voorleestips voor baby, dreumes of kleuter.
- Vergeet vooral niet om contactinformatie op te nemen. Waar kan een ouder terecht met vragen over het BoekStartkoffertje. Wanneer is iemand aanwezig voor voorleestips. Etc.
- Zorg dat een ouder ook vanaf de pagina waar ze lezen over het BoekStartkoffertje, meteen online een kind kan inschrijven als lid. Veel makkelijker immers dan met je kind in de rij te moeten bij een servicebalie.
- Vergeet vooral ook niet om te zorgen voor het lokale tintje. Plaats niet alleen algemene BoekStart informatie, boekentips en andere relevante dingen, maar vertel ook juist (of laat zien) wat er lokaal bij de eigen bibliotheek gebeurt. Denk dan bijvoorbeeld aan een link naar de BoekStart activiteiten in de eigen vestiging(en), een foto van de babyhoek, etc. Dit brengt het hele verhaal meteen dichterbij.



Voorbeeld Instagram widget
(Bibliotheek op het station)

TIP Als je herhalingsbezoek aan de pagina wilt stimuleren, zorg dan voor regelmatig wisselende content.

Tips vanuit zoekmachinemarketing

Vanuit zoekmachinemarketing zijn er ook een aantal aandachtspunten die de webpagina beter vindbaar en gebruikersvriendelijker maken:

- Zorg dat de pagina lekker leesbaar blijft. Maak de artikels niet te lang en gebruik tussenkopjes zodat de pagina goed scanbaar is (zowel voor de lezer als Google).
- Geef de pagina een logische URL en paginatitel. Houdt daarbij in gedachten dat BoekStart binnen de branche weliswaar een bekende term is, maar onder jonge ouders niet altijd bekend is.
- Maak paginatitels uniek, Google houdt niet van dubbele paginatitels binnen één site.
- Geef de pagina een meta description mee. Dit is een korte beschrijving van wat er op die pagina staat. Dit helpt Google de pagina goed te indexeren en kan ook getoond worden als beschrijving onder de paginatitel in Google. Door deze tekst zelf in te vullen, kun je sturen wat hier getoond wordt en de belangrijkste boodschap meegeven die de lezer aanzet tot klikken op de link.

Haal je gratis BoekStartkoffertje bij de Bibliotheek

<https://www.boekstart.nl/wat-is-boekstart/boekstartkoffertje/>

Als je baby ongeveer 3 maanden is, krijg je van de gemeente een waardebon voor het BoekStartkoffertje. Ga met de waardebon naar de Bibliotheek, maak je baby lid en ontvang het gratis BoekStartkoffertje, bezoek de BoekStarthoek en bekijk welke nieuwe boekjes jij en je baby kunnen ontdekken!

Voorbeeld van een zoekresultaat waar een goede metadescription wordt gebruikt.

NB Het toevoegen van de metadescription is geen garantie dat Google die ook altijd toont, Google kan er voor kiezen om zelf een snippet (stukje tekst) van de pagina te pakken, maar het is te adviseren dit voor je belangrijkste pagina's wel in te vullen.

- Voeg alt-teksten toe aan afbeeldingen. Dit is niet meer dan een beschrijving van wat er op de foto staat. Dit levert bonuspunten op van Google voor de vindbaarheid van je pagina omdat het gebruikersvriendelijk is (m.n. voor slechtzienden) en de foto's via Google beter vindbaar zijn.

Mobielvriendelijk

Gemiddeld vindt iets meer dan 50% van alle internetverkeer plaats vanaf een mobiel apparaat. Dit betekent dat het belangrijk is om regelmatig te testen hoe gebruikersvriendelijk de BoekStart pagina's zijn op (verschillende) mobiele apparaten. Er zijn een aantal dingen waar je op kunt letten:

- Is de website responsive? Dat wil zeggen: schaalde deze mee naar het apparaat waar je de website op bekijkt? Voor de Waas websites is dit overigens automatisch geregeld.
- Benader regelmatig je eigen website vanaf een mobiel in plaats van achter je desktop. Dat is ook hoe je doelgroep de site ziet. Navigeer je dan nog steeds makkelijk door de site?
- Maak de pagina's niet te lang. Mobiele gebruikers zijn gewend om te scrollen, maar doen dat niet eindeloos.
- Zorg dat de belangrijkste boodschap en aandachtspunten bovenaan staan, ook op mobiel. Werk je met een Waas website, dan worden de kolommen op mobiel onder elkaar geplaatst. Staat iets op je desktop in de rechterkolom bovenaan, dan staat hij dus op een mobiel veel verder onderop de pagina. Houdt daar rekening mee bij het indelen van de pagina.
- Voor Waas websites is het overigens mogelijk om bepaalde artikels in te klappen op een mobiele weergave. Dat helpt om de pagina overzichtelijk te houden op een mobiel.
- Maak je gebruik van een formulier, bijvoorbeeld om een kind direct online te laten inschrijven vanaf deze pagina, zorg dan dat het formulier ook vanaf een mobiel makkelijk in te vullen is. De richtlijn is alleen de noodzakelijke (verplichte) velden en duidelijke buttons om op door te klikken.

NB Aandachtspunt vanuit de nieuwe privacywetgeving is om dan meteen bij het formulier aan te geven wat je gaat doen met die gegevens, bijvoorbeeld door een link naar de privacypagina.

- Voorkom het gebruik van pdf's. Deze worden op een mobiel nauwelijks gelezen. Beter is om de informatie als een webpagina te plaatsen, dat schaalde beter mee en leest dus prettiger op een mobiel. (Bovendien is het minder zwaar downloaden, wat relevant is voor mensen met een beperkt data-abonnement).

Vindbaarheid

Ben je ervan bewust dat mensen deze BoekStartpagina('s) via verschillende wegen bereiken. Probeer het daarom ook zo makkelijk mogelijk te maken vanuit verschillende invalshoeken. Denk daarbij aan:

- **Vindbaarheid via Google:** Hierbij is vooral relevant of de titel en teksten op de pagina's overeen komen met de zinnen waarop mensen zoeken. Maak voor jezelf een lijstje van de belangrijkste woorden waarop je verwacht dat mensen zoeken, en zorg dat die terug komen op de pagina. Een goede leesbaarheid van de pagina blijft het aller belangrijkste, dus ga ook niet proberen alles erin te proppen waardoor de tekst onleesbaar wordt, maar focus op de belangrijkste woorden.
TIP Wil je eens kijken in combinatie met welke woorden op BoekStart gezocht wordt? Een handige tool daarbij is de site www.ubersuggest.io.
- **Navigatiestructuur van de website:** Als iemand al op je website is, kan hij of zij deze pagina dan goed vinden? Hoe ben je bereikbaar via de navigatiestructuur en is er een doorverwijzing vanaf andere relevante pagina's?
- **Linkbuilding:** Zijn er andere sites waar vandaan een link naar de BoekStartpagina op jouw site logisch zou zijn? Vraag dan of ze deze willen aanmaken. Bijvoorbeeld vanaf een gemeentesite of de plaatselijke consultatiebureau's, BSO's, etc. Niet alleen maak je het je doelgroep dan makkelijker om je te vinden, een relevante doorverwijzing vanaf een site van derden wordt door Google ook gezien als een teken van autoriteit op dat onderwerp, dus zorgt voor een betere vindbaarheid in Google.
- **Andere kanalen:** Zet je ook andere kanalen op het onderwerp BoekStart? Verwijs dan voor meer informatie door naar de juiste landingspagina (nooit naar de homepage). Heb je een Facebookpagina of Pinterestbord gewijd aan dit onderwerp? Zorg dan dat daar ook een juiste verwijzing staat opgenomen. Zo voorkom je dat deze mensen op de site nog moeten gaan zoeken naar de juiste informatie.
- Maak je gebruik van het **gratis advertentiebudget** bij Google Adwords voor bibliotheken (Google grants)? Overweeg dan om een advertentiecampagne in te zetten gericht op jonge ouders in je werkgebied om BoekStart onder de aandacht te brengen.
NB Maak je nog geen gebruik van Google grants, dan kan ProBiblio je ondersteunen bij het aanvragen hiervan.

BoekStart - Ook voor jou baby | Gratis BoekStartkoffertje

(Adv.) www.debibliotheekhaarlemmermeer.nl/boekstart 023 566 4850

Twee boekjes en een gratis jeugdlidmaatschap van de bibliotheek.

Meld je aan · Gratis · In alle vestigingen

[Kobo e-reader aanbieding](#) · [Ons aanbod](#) · [Activiteitenprogramma](#)

Voorbeeld van Google Adwords advertentie over BoekStart

Metten is weten

Kijk eens in Google Analytics naar de bezoekerscijfers van deze pagina('s). Je kunt daar veel informatie uithalen over via welke apparaten mensen de pagina bekijken, hoe ze binnen komen (via een nieuwsbrief, doorverwijzing van een andere site, etc), welke voorkeurstaal ze hebben, hoe lang ze op de pagina zijn, etc. Advies is om daar minstens twee keer per jaar eens goed naar te kijken om te volgen wat er gebeurt op de pagina.

4 Quickwins

1. Kies voor één boodschap of doel per pagina. Alles wat interessant is rondom een thema samenvoegen, kan zorgen voor onoverzichtelijke en te volle pagina's die niet per se aanzetten tot de actie die je wilt bereiken.
2. Maak je pagina mobielvriendelijk.
3. Vergeet de interne doorverwijzingen niet. Bijvoorbeeld vanaf de pagina om BoekStart leden te werven naar de activiteitenkalender voor jonge kinderen of andere relevante pagina's.
4. Vertel je boodschap zoals je het ook aan een jonge ouder zou vertellen die je in de supermarkt tegenkomt. Dus lekker leesbare teksten, niet te afstandelijk, met een uitnodiging om vooral eens (laagdrempelig) contact te maken.









BIJLAGE: BOEKSTART OP SOCIAL MEDIA

Als je BoekStart en (voor)lezen voor baby's niet alleen op je website, maar ook op de social media kanalen wilt promoten, zijn er een aantal overwegingen goed om mee te nemen.

1. Bepaal of je de BoekStart tips en activiteiten voor deze specifieke doelgroep wilt onderbrengen als onderdeel van je totale activiteiten op een algemeen social media kanaal van je bibliotheek, of dat je er een apart kanaal (of account) voor inricht waar je je specifiek op deze doelgroep richt. Bijvoorbeeld een "Mijn bieb & mijn baby"-Instagram account, waar boekentips en (foto's van) BoekStartactiviteiten in jouw bieb worden gedeeld.

Hoe specifiek en duidelijker de boodschap op zo'n social account, hoe meer het de doelgroep zal aanspreken. Maar het is natuurlijk wel extra werk om een extra account te onderhouden.

2. Bekijk op welke social media kanalen de doelgroep jonge ouders zich bevindt.
 - Handige tools daarbij zijn bijvoorbeeld het Social Media onderzoek 2018 van Newcom (www.newcom.nl/socialmedia2018), waar je de gebruikscijfer per leeftijdsgroep en kanaal ziet uitgesplitst.

% gebruik	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65 - 79 jaar	80+
	97%	93%	86%	67%	38%
	72%	89%	77%	69%	58%
	86%	74%	54%	38%	21%
	12%	45%	36%	14%	7%
	73%	46%	22%	9%	6%
	23%	26%	21%	9%	9%
	19%	30%	21%	12%	8%
	72%	32%	7%	1%	1%

- Kijk ook een naar de statistieken van de kanalen die je nu al inzet. Daar vind je ook gegevens terug over geslacht en interesses van de volgers die je al hebt.
3. Plaats niet zomaar elk bericht door op alle social mediakanalen, maar pas de vorm aan naar het betreffende kanaal. Waar op Facebook bijvoorbeeld een Facebook Event zou kunnen werken, of een wat langer (max 1 minuut) filmpje met voorleestips voor baby's, gaat het bij Instagram veel meer om beeld met goede hashtags of korte stories.
 4. Zorg dat de content die je plaatst in lijn is met je strategie. Bedenk wat (en wie) je wilt bereiken en kies op basis daarvan de boodschap en een bijpassend kanaal. Dit betekent ook dat je niet zomaar alle activiteiten op een social media kanaal plaatst alleen maar omdat een collega dat vraagt, maar alleen als het aansluit bij de gekozen kaders.
 5. Beeld, en dan met name bewegend beeld, wordt steeds meer de standaard. Tips over hoe je bewegend beeld kunt inzetten op social media lees je op: www.probiblio.nl/nieuwsbrieven/video-en-social-media
 6. Sluit qua tone-of-voice aan op de doelgroep en het kanaal waarvoor je kiest. Op social media is de je-vorm gebruikelijk.
 7. Als je een social media kanaal specifiek richt op BoekStart, verwijst daar dan ook naartoe vanuit de BoekStartpagina op je website.
 8. Gebruik ook de beschrijvingen op social media kanalen die duiden waar dit account/bord/etc over gaat. Enkel een titel 'BoekStart' zegt niet iedereen iets. Een korte omschrijving helpt dit duiden. Dit hoeft niet per post/foto, maar op het hoofdniveau.

Bovenlokaal doorverwijzen

Er zijn een aantal bovenlokale initiatieven te vinden op social mediakanalen, die interessant kunnen zijn om naartoe te linken vanaf je BoekStart webpagina. Zonder er zelf veel tijd en energie in te steken, kun je dan die doelgroep toch voorzien van extra tips rondom BoekStart onderwerpen op kanalen waar ze mogelijk graag komen.

Ook zijn ter inspiratie enkele lokale/regionale voorbeelden opgenomen in dit lijstje.

Enkele voorbeelden zijn:

- Facebook: <https://www.facebook.com/BoekStartNederland/>
Van alles rondom BoekStart, zowel gericht op ouders als bibliotheken en kinderopvang (12.203 volgers)
- Facebook: <https://www.facebook.com/boekstart/>
BoekStartpagina van de Westfrieze bibliotheken, waarmee wordt ingezoomd op lokale BoekStart activiteiten. (666 volgers)
- Instagram: <https://www.instagram.com/boekstart/>
Voorlees en boekentips (3.570 volgers, 456 berichten)
- Pinterest: <https://nl.pinterest.com/debiebvoordezaa/boekstart/>
Voorleesboeken voor kinderen 0-4 jaar (291 volgers, 1.858 pins)
- YouTube: <https://www.youtube.com/user/BoekStart>
Diverse video's rondom BoekStart (119 abonnees)
- Twitter: <https://twitter.com/boekstart>
Meer zakelijk gerichte berichten rondom BoekStart (4.063 volgers).

Colofon

Ontwikkeld door Probiblio, mei 2018

Vormgeving Cubiss voor BoekStart, Ingrid de Jong, december 2019